



# LES NOUVELLES TENDANCES DU REPORTING DEVELOPPEMENT DURABLE : LE SECTEUR AUTOMOBILE EN EUROPE

Amel Ben Rhouma

## ► To cite this version:

Amel Ben Rhouma. LES NOUVELLES TENDANCES DU REPORTING DEVELOPPEMENT DURABLE : LE SECTEUR AUTOMOBILE EN EUROPE. Crises et nouvelles problématiques de la Valeur, May 2010, Nice, France. pp.CD-ROM. hal-00481585

**HAL Id: hal-00481585**

**<https://hal.science/hal-00481585>**

Submitted on 6 May 2010

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

# ***LES NOUVELLES TENDANCES DU REPORTING DEVELOPPEMENT DURABLE : LE SECTEUR AUTOMOBILE EN EUROPE***

Amel BEN RHOUMA

Enseignant-chercheur

IPAG Paris

[Amel.benrhouma@ipag.fr](mailto:Amel.benrhouma@ipag.fr)

## **Résumé**

Cet article se propose d'étudier les nouvelles tendances du reporting DD à la lumière du cadre de la théorie institutionnelle. Nous considérons le reporting DD comme un méta-processus composé de deux principaux processus : 1) l'exercice de pressions institutionnelles motivant le reporting et 2) la livraison du discours de divulgation. Les pressions institutionnelles sont à la fois réglementaires, normatives auxquelles se rajoutent les pressions institutionnelles visant à promouvoir un comportement responsable au sein du secteur d'activité. Ces dernières pressions dépendent du degré de visibilité du secteur d'activité. Le secteur européen de l'automobile est spécialement exposé en raison de l'existence de centaines de PME et son effet multiplicateur sur d'autres secteurs. Ce secteur présente donc des enjeux DD importants. Selon le principe de matérialité, le reporting de ce secteur doit refléter ses propres enjeux DD. Les résultats de cette recherche confirment que le reporting DD dans le secteur automobile est le résultat de différentes catégories de pressions institutionnelles. Nos résultats contribuent aussi à éclairer les relations entre le concept de RSE et les technologies de l'information. Ces résultats suggèrent que nous entrons dans une nouvelle phase de reporting qui met plus l'accent sur les informations clés convenant mieux aux demandes des parties prenantes. Cette évolution a été favorisée par l'utilisation d'Internet.

Mots clés : théorie institutionnelle, reporting DD, web, principe de matérialité, GRI

## **Abstract**

*This article suggests studying the new trends of sustainability reporting in the light of the institutional theory frame. We consider sustainability reporting as a meta-process consisted of two main processes: 1) the exercise of institutional pressures motivating the reporting and 2) the delivery of the speech of disclosure. The institutional pressures are at once statutory, normative and institutional pressures to promote a responsible behavior within the business sector. These last pressures depend on the degree of visibility of the business sector. The European automotive sector is specially exposed because of the existence of hundreds of SME and its effects on the other sectors. Automotive sector has important impacts in all sustainability aspects. According to the principle of materiality, the reporting of this sector has to reflect these aspects. The results of this research confirm that the reporting DD in the automotive sector is the result of various categories of institutional pressures. Our results also contribute to enlighten the relations between the concept of CSR and the information technologies. These results suggest that we enter a new phase of reporting which more emphasizes on key information being better convenient for the requests of the stakeholders. This evolution was facilitated by the use of Internet.*

Key words: institutional theory, sustainability reporting, web, principle of materiality, GRI

## Introduction

La thématique de cette recherche porte sur le reporting développement durable (DD), une pratique organisationnelle qui ne cesse de prendre de l'ampleur depuis une décennie. Le *reporting* DD s'est développé en parallèle à l'évolution de la Responsabilité Sociale de l'Entreprise (RSE) (Unerman 2000). Le concept de RSE promue par plusieurs organismes économiques, comme le Conseil de Commerce Mondial pour le Développement Durable (WBCSD) et le Forum Économique Mondial, reconnaît la responsabilité des activités économiques vers des valeurs morales, les lois actuelles, le bien-être des communautés et la qualité de l'environnement. Par ailleurs, la succession de crises importantes (financières, écologiques, etc.), mettant en cause des grandes multinationales dans le monde a révélé l'importance des questions liées au DD et à la RSE. Ces dernières doivent inclure dans leurs préoccupations, les conséquences environnementales et sociales de leurs activités. Elles doivent aussi rendre publics les engagements pris pour réparer les dommages causés à l'environnement naturel et social. Ces redditions de compte relèvent du reporting DD. Selon le *Global Reporting Initiative* (GRI), le cadre international du reporting DD le plus reconnu, le but de ce mode de reporting est de fournir aux parties prenantes une vision équilibrée et représentative de la performance tridimensionnelle (économique, environnementale et sociale) de l'entreprise. La transparence est reconnue comme un élément clé de la RSE. En effet, « rendre compte » est le premier des sept principes de la récente norme ISO 26000 dédiée à la responsabilité sociétale. Aujourd'hui, le reporting DD est devenu une pratique courante des plus grandes entreprises dans le monde. En effet une récente enquête internationale de KPMG (2008)<sup>i</sup> révèle que quatre-vingt pour cent des entreprises figurant sur la liste de Global Fortune 250 publient désormais des données relatives au développement durable dans le cadre de rapports autonomes ou au sein de leurs rapports financiers annuels. Depuis quelques années, les chercheurs en sciences de gestion se sont tournés vers l'analyse de ces nouvelles pratiques de reporting. La lecture des travaux antérieurs dans le domaine permet de classer ceux-ci dans quatre catégories, chacune représentant une perspective théorique spécifique : 1) les travaux basés sur les théories liées à l'économie des organisations et qui considèrent le reporting sociétal comme un moyen de faire des économies de coûts, 2) ceux utilisant l'une ou l'autre des théories néo institutionnaliste et de dépendance des ressources et qui définissent davantage le reporting comme une réponse

stratégique aux processus institutionnels pour des fins de légitimation, 3) ceux fondés sur la théorie des parties prenantes et qui estiment que le reporting est une reddition de compte aux parties prenantes et à la société et 4) ceux d'orientation critique radicale humaniste dans la discipline comptable, qui voient dans la divulgation un discours idéologique. Aujourd'hui, les pressions institutionnelles motivant le *reporting* DD ne cessent de se multiplier. Les recherches basées sur la perspective institutionnelle (Patten 1991 et 1992, Deegan et Rankin 1996, Deegan 2002), se sont concentrées sur le phénomène du mimétisme manifesté par les entreprises. Elles sont restées silencieuses sur le type de pressions et les parties prenantes exerçant ces pressions. Or, aujourd'hui le reporting DD est à la fois encadré par des lois et des normes. Sur le plan réglementaire, un certain nombre de textes ne cessent d'apparaître et d'évoluer ces dernières années. En France, par exemple, il y a eu, en 2001, la publication de l'article 116 de la loi sur les nouvelles régulations économiques (NRE), qui exige des entreprises françaises cotées de communiquer des informations sur les impacts sociaux et environnementaux de leurs activités dans leurs rapports annuels de gestion. Cet article a été suivi par un décret et un arrêté d'application. Il est actuellement prévu, dans le cadre du projet de la loi Grenelle2, d'étendre l'application du dispositif NRE aux PME. Sur le plan normatif, Les directives GRI constituent les standards de divulgation les plus connues à l'échelle internationale. Le cadre de *reporting* GRI a été conçu par un processus de consultations multi-parties prenantes. Les directives consistent en des principes définissant le contenu des rapports, des standards de divulgation applicables à tous les secteurs et des suppléments sectoriels spécifiques. Les directives GRI reconnaissent l'importance du principe de matérialité dans la détermination du contenu du reporting DD. Ce reporting doit couvrir les sujets et les indicateurs qui reflètent les impacts économiques, environnementaux et sociaux significatifs de l'entreprise ou cela influencerait substantivement les évaluations et les décisions de ses parties prenantes. La plupart de ces enjeux et pressions sont spécifiques à chaque secteur d'activité. Certains secteurs sont plus exposés que d'autres. Le secteur automobile européen est un secteur spécifiquement exposé, en raison de son effet multiplicateur sur d'autres secteurs et l'existence de centaines de milliers de PME en son sein. De ce fait, L'industrie européenne de l'automobile présente de nombreux enjeux économiques, environnementaux et sociaux. Les pressions institutionnelles visant à promouvoir un comportement socialement responsable au sein des groupes automobiles sont de plus en plus importantes. Le management dans le secteur automobile doit intégrer l'ensemble des enjeux

environnementaux et de développement durable dans la stratégie entreprise, y compris la stratégie de reporting. La mise en place de modèles de gestion, intégrant les préoccupations RSE importantes, s'impose. Par ailleurs, sur la base du principe de matérialité, le reporting DD des entreprises du secteur automobile doit refléter l'ensemble des enjeux DD propres au secteur. Dans quelle mesure les entreprises de l'industrie automobile européenne appliquent-elles le principe de matérialité dans leur reporting DD? Quelles sont les nouvelles tendances du reporting DD à la lumière des évolutions que connaît son cadre institutionnel ? Dans une visée perspective, cet article propose d'étudier l'évolution des pratiques du *reporting* DD en ayant pour ancrage empirique le reporting DD dans les rapports annuels et / ou spécifiques des principaux groupes automobiles européens entre 2004 et 2008. Notre étude empirique est basée sur une analyse de contenu comparative de ces média de reporting. Une analyse comparative supplémentaire a été effectuée sur la base de tous les média de reporting DD de 2008 et 2009 et notamment les sites web. Il convient de souligner que la publication de rapports DD indépendants des rapports annuels est à ce jour volontaire et ne fait l'objet d'aucune réglementation juridique. De même pour le reporting sur le Web. Le reporting DD dans le secteur automobile apparaît comme le résultat de différentes catégories de pressions institutionnelles : normatives, réglementaires, auxquelles s'ajoutent les pressions visant à promouvoir un comportement RSE au sein du secteur. Ainsi, le reporting DD apparaît comme un méta-processus comprenant deux principaux processus : 1) l'exercice des pressions institutionnelles motivant le reporting, que nous allons identifier dans le cadre de la première partie de cet article, et 2) la livraison du discours de reporting, dont nous allons étudier les nouvelles tendances, dans le cadre de la deuxième partie.

## **1. Les pressions institutionnelles motivant le reporting DD**

Nous présenterons tout d'abord la perspective théorique considérant le *reporting* DD comme une réponse aux pressions institutionnelles (1.1). Nous dresserons par la suite un bref état des lieux des pressions institutionnelles motivant le *reporting* DD et l'adoption d'une stratégie socialement responsable au sein des entreprises (1.2). A la fin de cette première partie, seront identifiés les enjeux et pressions visant à promouvoir un comportement socialement responsable et le DD dans le secteur européen de l'automobile (1.3).

### **1.1. Le reporting DD : une réponse stratégique aux processus institutionnels**

Selon cette perspective théorique, le *reporting* DD se présente comme une réponse stratégique à un ou plusieurs processus institutionnels (législation, normes sectorielles, pression de certains groupes, etc.). Les travaux basés sur cette perspective (Patten 1991 et 1992 ; Deegan et Rankin 1996, Deegan 2002) examinent surtout le phénomène de mimétisme dans le domaine du *reporting* sociétal. Ils ont surtout analysé comment les entreprises imitent les leaders de leur industrie respective dans leur stratégie de *reporting* DD afin de conserver ou protéger leur légitimité. La tendance vers la conformité suppose ici la recherche de l'équilibre et entraîne les organisations dans un processus d'isomorphisme (Di Maggio et Powell 1983). Ces travaux se sont distingués entre autres par leur conviction que les organisations ne répondent pas seulement de façon passive aux pressions mais peuvent adopter un comportement actif voir proactif, une conviction que nous partageons dans le cadre de cette recherche.

Toutefois, ces recherches sont restées silencieuses quant à l'identification des types de pressions qui peuvent amener les entreprises à adopter telle ou telle stratégie. Bien qu'elles reconnaissent l'existence de ces pressions, elles consacrent leur analyse davantage aux réponses manifestées par les entreprises qu'aux parties prenantes qui ont exercé les pressions. Dans cette recherche, nous étudions à la fois les pressions institutionnelles motivant le *reporting* DD ainsi que la forme et le contenu du discours livré en réponse à ces pressions afin d'en identifier les nouvelles tendances.

### **1.2. Pressions institutionnelles motivant le reporting DD**

La Commission européenne (CE) a promu plusieurs initiatives visant à promouvoir la RSE parmi les entreprises européennes. En mars 2000, le Conseil Européen à Lisbonne a fait un appel spécial au développement des meilleures pratiques des entreprises en matière de responsabilité sociale, d'organisation de travail, d'égalité des chances, d'intégration sociale et de développement durable. La définition de la RSE utilisée par la commission européenne reflète un concept par lequel les entreprises intègrent volontairement les préoccupations sociales et environnementales dans leurs activités commerciales et leurs relations avec leurs parties prenantes. Dans ce sens, agir socialement responsable signifie non seulement respecter les réglementations juridiques, mais aussi aller au-delà de la conformité et investir plus dans le capital humain, l'environnement et les relations avec les parties prenantes. Selon Igalens (2009), « Rendre compte », est le premier

des sept principes de la responsabilité sociale identifiées par le groupe de travail de l'ISO 26000, la norme intitulée « lignes directrices relatives à la responsabilité sociale ». « La principale caractéristique de la responsabilité sociale se traduit par la volonté de l'organisation, d'une part d'assumer la responsabilité des impacts que ses activités et ses décisions induisent sur la société et l'environnement, et d'autre part, d'en rendre compte. Ceci implique un comportement à la fois transparent et éthique qui prend en compte les attentes des parties prenantes, respecte les lois en vigueur et, est en accord avec les normes internationales de comportement »<sup>ii</sup>. Il y a donc un consensus pour que la transparence sur les conséquences des activités de l'entreprise soit la condition première de l'exercice de la responsabilité sociétale de l'entreprise (*Accountability*). Par conséquent, d'après le principe de matérialité, les entreprises ont essayé d'étendre leurs rapports annuels pour volontairement inclure des informations sur les impacts directs et indirects de leurs activités sur l'environnement et sur les efforts faits en matière de responsabilité sociale. Les entreprises ont également pris l'initiative de publier volontairement des rapports sociaux et environnementaux. Les premiers rapports environnement ont été publiés à la fin des années 1980 aux Etats-Unis, principalement pour répondre aux attentes des autorités (Burh et Freedman 1996). Vers la fin des années 1990, l'entreprise est venue à un rapport plus large permettant de décrire ses performances en matière économique, sociale et environnementale : c'est le *sustainable report* ou rapport de développement durable (Mikol 2003). Les premiers dirigeants d'entreprise qui se sont aventurés dans la publication d'un rapport sociétal ont ainsi clairement exprimé leur volonté d'adopter un comportement responsable (Persais 2003). Aujourd'hui, les rapports de développement durable sont devenus de plus en plus populaires, puisqu'ils représentent l'outil idéal pour témoigner de la responsabilité sociale d'une organisation, évaluer quantitativement et contrôler son fonctionnement environnemental, économique et social et communiquer avec ses parties prenantes en essayant de répondre à leurs attentes. En effet, la concentration accrue sur les questions du développement durable est en grande partie le résultat de pression des groupes de parties prenantes pour plus de transparence et communication (Gray 2000 et 2006; Hooghiemstra 2000; Deegan 2002; Dixon et al. 2005; Solomon et Solomon 2006; Jose et Lee 2007). D'ailleurs, « le débat sur le développement durable s'organise autour d'une logique fondée sur la théorie des parties prenantes » (Lauriol 2004). Les parties prenantes construisent leurs évaluations des organisations en fonction des informations disponibles sur leurs activités (Fombrun et Shanley 1990) et les organisations peuvent améliorer leur réputation

en envoyant des signaux positifs à propos d'elles-mêmes (Philippe et Durand 2009). Selon ce point de vue, les entreprises ayant des programmes de durabilité proactifs ont un avantage compétitif grâce à la fidélisation de leurs consommateurs, le bien-être de leurs salariés et la confiance de leurs actionnaires et fournisseurs.

Malgré le succès des rapports de développement durable, deux principaux problèmes ont tourmenté ces outils de communication volontaires. D'une part, il n'y avait aucune standardisation ou uniformité dans le *reporting* des entreprises. Ainsi, les contenus de ces rapports varient largement d'une entreprise à une autre. D'autre part, l'élargissement du mode de gouvernance vers d'autres parties prenantes que les seuls actionnaires, pose le problème des modes de reddition, de leurs contenus et leurs destinataires. Le problème de standardisation et d'uniformité du contenu a été exposé par plusieurs ONG et associations. L'établissement d'un cadre commun et global de *reporting* développement durable a été reconnu comme étant un but désirable. Ainsi plusieurs directives et recommandations pour établir le rapport de durabilité ont été publiées au cours de ces dernières années. En 1999, une norme de responsabilité AA1000 a été conçue pour accroître la responsabilité et la performance globale des organisations en augmentant la qualité sociale et éthique de la responsabilité, des rapports et des audits (Gendron 2003). La même année, le GRI<sup>iii</sup>, qui semble avoir comme vocation de devenir la norme de référence (Lauriol 2004) a publié une version provisoire des normes de présentation pour les rapports de développement durable. La première version complète des lignes directrices du GRI a été publiée en 2000. Une autre version a été développée en 2002 et traduite à plusieurs langues, dont le français. La dernière version en date des lignes directrices GRI est celle de 2006. Le GRI est à ce jour la démarche de normalisation la plus aboutie. En janvier 2009, plus de 1500 organisations de 60 pays utilisent ce standard pour établir leurs rapports de développement durable<sup>iv</sup>. Les directives sont aussi utilisées par la plupart des agences de notation sociétale (SAM, IRIS) et des indices de durabilité (tels que le DJSI et le FTSE4Good) dans leurs analyses comparatives des organisations candidates. Le GRI se présente donc comme une organisation « *multi-stakeholder* » se proposant d'élever la qualité du reporting sociétal à un niveau de comparabilité, de rigueur et de vérifiabilité équivalente à celui du *reporting* financier (Quairel 2004). Le rapport aux normes GRI doit devenir un « outil aussi crédible » que les rapports financiers en termes de comparabilité, d'auditabilité et de pratiques généralement acceptées (Lauriol 2004) car il peut devenir le socle de la relation de confiance et de la réputation de l'entreprise. Pour cela, sa



première qualité doit être la transparence de son élaboration et la seconde, la qualité de sa vérification (Igalens 2004). Des tentatives de normalisation de la vérification des rapports de développement durable (normes ISAE 3000 et AA 1000 *Assurance Standard*) ont vu le jour mais se sont avérées imparfaites (Rivière-Giordano 2007). L'évaluation des rapports de développement durable recouvre des enjeux de nature diverse. Après le Livre Vert, l'Union européenne a lancé les travaux du « *Multistakholder Forum* ». Toutes les parties intéressées doivent pouvoir faire confiance au rapport développement durable, aux engagements qu'il contient, aux résultats qu'il présente. L'attention croissante accordée au développement durable a amené l'Union Européenne (UE) à adopter, en 2003, une réglementation (directive CE/51) rendant obligatoire l'analyse des aspects sociaux et environnementaux nécessaires à la compréhension de l'évolution des affaires, des résultats et de la situation de l'entreprise. Des initiatives nationales de réglementation de ce mode de *reporting* ont vu le jour dans plusieurs pays européens, notamment en France avec le dispositif NRE (Article 116, décret et arrêté d'application). Sur le plan international, la SEC américaine s'est penchée depuis juillet 2009, sur l'étude d'une future réglementation du reporting Economique, Social et de Gouvernance (ESG) basé sur les standards GRI. Dans la déclaration d'Amsterdam sur la transparence et le reporting, publié en mars 2009, le GRI fait appel aux gouvernements de mettre en place une politique exigeant des entreprises de communiquer sur les facteurs ESG ou d'expliquer publiquement pourquoi elles ne l'ont pas fait. Gray et al. (1988) considèrent que la loi constitue la base sur laquelle s'appuie la comptabilité. Elle permet de justifier et structurer le *reporting* extra-financier. Les auteurs indiquent qu'un état de conformité aux standards constitue le cœur du reporting sociétal. Cet état montrerait dans quelle mesure l'entreprise a assumé les responsabilités qui étaient les siennes, selon le contrat social et s'est conformée aux règles du jeu social.

Quelles sont donc les nouvelles tendances du *reporting* développement durable à la lumière de la multiplication des efforts de sa réglementation, standardisation et vérification ? Nous allons essayer de répondre à cette question en se basant sur une étude empirique du *reporting* développement durable des groupes européens de l'industrie automobile. Pourquoi une telle concentration sur un seul secteur d'activité ? Pourquoi l'industrie automobile en Europe ? Les thématiques abordées au sein d'un même secteur d'activité sont déterminés par les pressions institutionnelles pour un comportement socialement responsable exercées sur le secteur. Chaque secteur fait face à des enjeux DD qui lui sont propres. Le contenu du reporting doit refléter ces

enjeux (d'après le principe de matérialité). L'industrie automobile doit relever de nombreux défis liés au développement durable. Les pressions exercées sur ce secteur pour relever ces défis ne cessent d'évoluer depuis quelques années, notamment en Europe avec la série des normes Euro dans le domaine environnemental.

### **1.3. Evolution des enjeux et pressions DD dans le secteur automobile**

De par son importance dans l'économie mondiale (à titre d'exemple, l'industrie automobile représente 3 % du PIB en Europe, 5 % des exportations et 10 millions d'emplois directs et indirects)<sup>v</sup>, le secteur automobile se retrouve en première ligne dans bon nombre de questions ayant trait à la responsabilité sociale. Montré du doigt comme principal responsable de la pollution atmosphérique, ce secteur doit développer des stratégies et des mesures pour faire face au changement climatique. En effet, au titre de la Convention Cadre des Nations Unies sur le Changement Climatique, le protocole de Kyoto ratifié en juillet 2001 et entré en force en février 2005, a imposé aux pays signataires de réduire leurs émissions de gaz à effet de serre. Pour permettre à l'Union Européenne (UE) d'atteindre ses objectifs de réduction des émissions à l'horizon de 2020, le secteur de transport doit soulever son jeu et améliorer ses performances environnementales et donc sa gestion des ressources environnementales. Selon le professeur Jacqueline McGlade, directrice exécutive de l'Agence Européenne pour l'Environnement (AEE), « la croissance effrénée des activités de transport engendre trop d'effets secondaires qui nous concernent tous, tels que le bruit et la pollution atmosphérique. Elle est également la cause de graves dommages pour la biodiversité en Europe ». Le professeur McGlade souligne que « la politique communautaire des transports doit agir sur cette évolution à la hausse des émissions », arguant que « si les transports, et notamment les transports routiers, avaient suivi une tendance identique à celle observée dans d'autres secteurs économiques, nous aurions pu revendiquer une position de leader à l'échelle internationale en atteignant nos objectifs en matière d'émissions de gaz à effet de serre au titre du protocole de Kyoto il y a plusieurs années. »

Par ailleurs, dans un rapport publié par la Direction Générale de l'Équipement en France (Mars 2008), le secteur de transport d'une manière générale et le transport routier plus précisément apparaît comme un grand contributeur aux émissions de gaz à effet de serre. Sa part est importante et entrain d'évoluer pour certains gaz. Les émissions impliquent une consommation de ressources environnementales et plus exactement énergétiques. « En France, les transports

sont responsables de 27% des émissions de GES, dont 92% sont imputables aux transports routiers. La voiture individuelle représente elle 52% des émissions du transport routier. »<sup>vi</sup>. Les progrès technologiques jusqu'à 2012 dans les voitures personnelles sont tenus en compte dans les calculs des objectifs. Améliorer l'efficacité énergétique des véhicules et réduire les émissions de CO<sub>2</sub> liées à la production, la distribution et la consommation du fuel sont deux principales mesures supplémentaires pour réduire les émissions de gaz à effet de serre du transport routier<sup>vii</sup>. Les constructeurs doivent atteindre une moyenne d'émission de 140g de CO<sub>2</sub> par Km en 2008-2009. En décembre 2007, la commission a adopté une proposition forçant les constructeurs d'atteindre une moyenne d'émission de 130g de CO<sub>2</sub> par km en 2012. En même temps la commission a déclaré qu'elle va présenter d'autres mesures pour couvrir les autres 10g/km dans le but d'atteindre l'objectif établi par le conseil de l'environnement de 120g/km vers 2012. Ces améliorations futures dans les efficacités peuvent générer des réductions d'émissions de 42 MT CO<sub>2</sub> équivalent.<sup>viii</sup> Au-delà du CO<sub>2</sub>, les automobiles et les deux roues motorisés dégagent divers polluants atmosphériques nocifs pour la santé humaine. L'UE estime qu'environ 100 000 personnes meurent prématurément en Europe chaque année à cause de la pollution de l'air<sup>ix</sup>. Face à ces normes communautaires et défis environnementaux, les constructeurs automobiles européens ont été contraints de faire des efforts en ce qui concerne les niveaux de consommation de leurs véhicules. Le développement de véhicules conformes aux normes des émissions est récemment devenu une priorité dans le secteur. L'objectif est de construire des véhicules de moins en moins polluants et consommant moins de carburants.

Par ailleurs, face à l'internationalisation croissante du secteur de l'automobile et à l'intensité concurrentielle de plus en plus forte, la plupart des constructeurs ont été contraints de réduire le nombre de salariés. Les constructeurs sont ainsi confrontés à des enjeux sociaux tels que le développement de l'employabilité des salariés et leur accompagnement dans la recherche d'un nouvel emploi. Ils ont commencé à être plus orientés vers la valorisation de la diversité et des compétences de salariés et la participation de communautés locales dans les processus de prise de décisions. La sécurité routière est aussi devenue un enjeu incontournable pour le secteur automobile. Par ailleurs, au cours de ces dernières années, l'attention des groupes automobiles a été plus concentrée sur l'adhésion aux standards internationaux volontaires des droits de l'homme et des initiatives d'œuvres de charité. Dans quelle mesure le reporting DD dans le secteur européen de l'automobile reflète-t-il ses propres enjeux ?

## **2. La livraison du discours DD dans le secteur automobile : les nouvelles tendances**

A présent, nous serons dans la mesure d'identifier les nouvelles tendances du *reporting* DD dues à toutes ces pressions que nous allons discuter afin d'en tirer des conclusions. Nous commencerons par exposer l'échantillon et la méthodologie d'analyse du reporting DD.

### **2.1. Echantillon et méthodologie de l'étude**

Pour analyser les tendances et outils actuels du *reporting* développement durable, une analyse comparative des rapports de développement durable<sup>x</sup> publiés par les groupes européens du secteur automobile de 2004 à 2008, a été effectuée. Cette étude vise à comparer le *reporting* développement durable d'entreprises d'un même secteur afin d'identifier la structure complexe de la communication sociétale dans le secteur automobile suite à l'évolution des cadres institutionnels décrits ci-dessus. En particulier l'analyse est basée sur les rapports annuels et/ou développement durable publiés par les onze principaux groupes automobile en Europe – soit Vingt-quatre constructeurs automobiles (voir annexe 1) sont ainsi considérés - pendant les cinq dernières années (2004-2008). Cet échantillon<sup>xi</sup> représente largement l'industrie européenne de l'automobile. A travers une analyse comparative, il est possible d'identifier les pratiques de durabilité communes effectuées par les groupes, les approches innovantes et les outils utilisés ainsi que les meilleures pratiques entreprises. L'analyse comparative peut être utilisée comme un outil effectif pour améliorer le fonctionnement des entreprises (IPIECA et l'API 2005) et identifier les principales tendances du *reporting* développement durable dans le secteur automobile. Une analyse comparative supplémentaire, basée sur tous les médias de *reporting* développement durable de 2008 et 2009, a été effectuée. Elle présente quelques éléments d'analyse innovants concernant la typologie du média de communication et les principales activités des entreprises. Tout d'abord, afin d'identifier les différentes caractéristiques du contenu de la communication, on a procédé à l'analyse des rapports papiers et aussi les sites Web des entreprises.

Les analyses comparatives que nous avons effectuées sont basées sur une analyse de contenu, la méthode d'analyse de données qualitatives la plus connue (Krippendorff, 2003). Les informations

contenues dans les médias de *reporting* développement durable (rapports papiers et site internet) des groupes européens de l'automobile, ont fait l'objet d'un codage manuel. Ainsi, le choix des indicateurs a été établi en fonction des informations recueillies au fur et à mesure de l'analyse de contenu. Nous avons conduit un codage selon une procédure ouverte et inductive. Nous avons ainsi effectué la lecture ligne par ligne des données, recherché d'ensemble similaires et procédé au codage des principales dimensions et un codage sélectif des idées centrales et répétitives. Nous avons par la suite, procédé à un traitement « sémantique » des données. En effet, le traitement des données qualitatives peut être mené d'un point de vue sémantique ou statistique (Andreani, Conchon, 2001). Dans le cas de notre traitement sémantique des données qualitatives issues de l'analyse du *reporting* développement durable des groupes du secteur automobile, nous avons conduit une analyse à la main, selon la démarche de l'analyse de contenu. Par approximations successives, nous avons étudié le sens des communications émises afin d'en déterminer les nouvelles tendances.

## **2.2. Les nouvelles tendances des activités de reporting**

Les tendances actuelles dans la communication développement durable suggèrent que nous entrons dans une nouvelle phase de *reporting* au cours de laquelle les informations et indicateurs clés sont de plus en plus importants. En effet la communication développement durable varie des longs rapports contenant presque tous les indicateurs et données liées aux activités des entreprises, à des rapports courts (ou brochures) et de style facile dans lesquels sont publiés les principaux indicateurs et informations. On peut voir cette évolution comme une transition d'un *reporting* de base standardisé à une approche focalisée sur plus de communication et transparence. Cette évolution a été favorisée par l'utilisation en croissance du World Wide Web (Web), qui fournit de nouvelles opportunités pour le *reporting* sociétal des entreprises et organisations. Selon Cormier et Magnan (2004), l'avènement du Web a permis aux entreprises de répondre d'une manière efficiente à la plupart des besoins en informations de leurs partenaires financiers et des affaires. Compte tenu de l'évolution des processus de *reporting*, il est possible d'identifier deux étapes différentes :

1. Communication *Piggyback*<sup>xii</sup>. Cette phase a marqué les années 90. Elle est caractérisée par des rapports papiers hébergés sur les sites Web des entreprises sous format "PDF" ou dans d'autres formats électroniques. Un avantage du format PDF consiste en ce qu'il peut conserver le contenu

complet et l'aperçu original, évitant le travail de design supplémentaire. En utilisant la toile seulement pour héberger une copie PDF de leurs rapports papiers, les entreprises ont laissé passer plusieurs avantages que le Web aurait pu apporter au processus de *reporting* (Scott et Jackson 2002). L'utilisation du format PDF a favorisé l'utilisation des sites internet comme un outil de communication; cela a mené à la création des sections développements durable dans les sites Web de plusieurs entreprises. Au début, ces sections étaient des champs de téléchargement et ont contenu les documents PDF des rapports. Ensuite, ces sections ont été élargies, leur contenu est devenu plus complet et riche. De ce fait elles ont acquis un niveau d'importance plus élevé et une identité plus claire.

2. Communication Intégrée. Cette phase a commencé au début du 21<sup>ème</sup> siècle et elle est caractérisée par deux méthodes différentes : a) un rapport papier plus court et synthétique est fournie avec des références aux URL où des informations plus détaillées peuvent être trouvées. b) l'approche communication *Piggyback* est aussi utilisée, "mais la version HTML fait incorporer des fonctions supplémentaires, comme le retour d'information par courrier électronique, des facilités et des graphes interactifs" (Scott et Jackson 2002, p. 197). Cette méthode permet d'utiliser le Web comme un moyen supplémentaire pour améliorer et ajouter de la valeur à la version papier. La communication intégrée présente certains inconvénients. En effet, produire un rapport synthétique renvoyant à des informations plus complètes sur le Web exige un effort supplémentaire d'identification des informations prioritaires devant figurer dans le sommaire. Elle demande aussi un travail de conception supplémentaire pour reformater le rapport papier; pour le mettre en ligne avec des fonctions supplémentaires. Indépendamment de ces inconvénients, la méthode de communication intégrée présente l'avantage de pousser les entreprises à donner l'importance aux principales informations et indicateurs clés pour fournir un rapport de style facile. De ce fait, les nouveaux rapports sont capables de mieux répondre aux attentes et demandes des parties prenantes devenues de plus en plus importantes au cours de cette phase.

Bien que le Web, en tant que média de *reporting* développement durable, présente certains inconvénients, il est évident qu'Internet offre plus d'options et fonctionnalités que les rapports papiers. Des caractéristiques simples comme des menus, des fonctions de recherche, des liens hypertextes permettent aux utilisateurs de lire et se déplacer dans le contenu du site selon plusieurs façons possibles plutôt que juste dans un sens linéaire. En outre, le *reporting* Web offre

aux utilisateurs la possibilité de faire un feedback plus facile et plus rapide leur donnant le sentiment d'avoir un dialogue direct avec les entreprises (Scott et Jackson 2002). Les dernières fonctionnalités du *reporting* Web représentent un grand potentiel pour le développement des activités de *reporting* développement durable dans l'avenir et détermineront probablement le succès de ce moyen de communication.

A ce stade, nous avons défini les nouveaux enjeux sociaux et environnementaux auxquels le secteur automobile fait face ainsi que les nouvelles tendances dans les activités de *reporting*. Il est désormais possible d'analyser en détail l'évolution du *reporting* développement durable de ce secteur en Europe dans les années passées, tant en ce qui concerne la forme qu'en ce qui concerne le contenu, identifier les nouveaux outils, les stratégies et sujets et définir les tendances futures possibles.

### **2.3. Le reporting DD du secteur automobile : résultats de l'analyse comparative**

L'analyse comparative basée sur l'analyse de contenu des rapports développement durable 2004-2008 des groupes du secteur automobile révèle l'importance du principe de matérialité dans la politique de *reporting*. Plus de 80 % des entreprises de notre échantillon proposent un rapport développement durable indépendant. Au contraire, les groupes General Motors Europe et Renault intègrent leurs données sur le DD à leurs rapports annuels. Ils expliquent que ce choix d'intégrer le rapport de DD au rapport annuel vise à refléter l'intégration de la stratégie de DD du groupe au cœur de sa stratégie globale. Certains groupes (comme Porsche) établissent seulement un rapport environnemental. D'autres (comme Ned Car) présentent les données environnementales et sociales dans deux rapports séparés.

Les rapports de développement durable sont généralement structurés selon deux approches principales:

- Les impacts sont divisés en trois grands groupes : économiques, sociaux et environnementaux selon les objectifs de la Triple-Bottom-Line, notion développée par John Elkington (1997).
  - Les impacts sont regroupés selon les parties affectées : clients, fournisseurs de biens et services, fournisseurs de capitaux, employés, société en général et environnement (*stakeholder approach*).
- Les groupes BMW, Volkswagen et Volvo ont structuré leur rapport autour de leurs responsabilités (environnementale, économique, sociale/sociétale). Daimler et PSA proposent pour leur part un rapport de DD structuré par partie prenante. Par ailleurs, dans quelques rapports

ces deux approches coexistent, fournissant ainsi une perspective double. Afin que leur *reporting* DD soit accessible, y compris pour un public non expert, les groupes automobiles mettent en valeur les informations essentielles de leur rapport. Plus de 60 % des groupes synthétisent les éléments clés de leur *reporting* dans des tableaux ou schémas récapitulatifs comprenant souvent : les engagements pris, les indicateurs retenus, les résultats atteints et les objectifs de progrès assignés. Par ailleurs, de plus en plus de groupes reconnaissent leurs relations avec leurs parties prenantes comme un véritable enjeu. Dans cette perspective, elles développent plusieurs outils, pour les identifier, les consulter et mesurer leur satisfaction. Le *reporting* web favorise cette stratégie avec le retour d'information, d'interaction, FAQS (les foires aux questions). Près de 90% des entreprises soulignent l'importance du dialogue et du partenariat avec leurs parties prenantes dans leurs rapports 2008.

Bien que certaines entreprises demeurent toujours focalisées sur leurs collaborateurs, les entreprises apparaissent en 2008 généralement plus attentives aux attentes de leurs parties prenantes externes (clients, fournisseurs, collectivités locales, associations, ONG, institutions, citoyens, etc.). Certaines entreprises comme Daimler et PSA cartographient leurs parties prenantes afin d'identifier leurs attentes (outils d'identification). Les efforts des entreprises pour mieux identifier leurs parties prenantes et instaurer avec elles un système de dialogue ouvert et transparent sont manifestes.

De plus quelques sites Web des groupes automobiles contiennent un témoignage réel sur le processus de dialogue sur certains sujets de développement durable entrepris par les entreprises vis à vis de leurs parties prenantes. Le principe de matérialité est souvent satisfait d'une meilleure façon dans les sites Web que dans les rapports papier. Des sections de développement durable en ligne sont caractérisées par la disponibilité d'informations riches et plus détaillées, comme des indicateurs, des études de cas, le pays ou des sites des rapports et d'autres documents de développement durable liés.

Dans la plupart des cas, les entreprises ne consacrent pas une page Web spécifique<sup>xiii</sup> au développement durable mais plutôt une section consacrée aux domaines d'actions de l'entreprise. Différentes nominations peuvent être accordées à cette section telles que : "Responsabilité", "Responsabilité Sociale", "Développement durable", "Durabilité", ou "Responsabilité et Durabilité" (voir annexe 2 pour la correspondance de ces nominations avec les différents groupes automobile). Aussi, différentes nominations des rapports sociétaux sont employées (annexe 2).



Persais (2003) montre que le choix du titre du rapport est représentatif des valeurs fondamentales de la démarche et de la relation que souhaite instaurer l'entreprise avec ses parties prenantes. Ainsi le terme « *partnership report* » témoigne d'une volonté de l'entreprise d'instaurer une relation durable avec ses interlocuteurs sur la base de valeurs telles que le respect, la confiance et la compréhension mutuelle. L'emploi de l'expression « *corporate social report* » ou « *corporate citizenship report* » traduit davantage l'engagement de l'entreprise à respecter ses devoirs. Par contre, en France, l'emploi de l'appellation « rapport développement durable » traduit une conception européenne plus étendue et équilibrée de la RSE qui repose sur une performance à la fois économique, sociale et environnementale des entreprises.

Le contenu des sections développement durable est tout à fait semblable aux parties correspondantes dans les rapports papiers. Ce champ considère souvent : l'environnement et l'innovation, le capital humain incluant la santé et la sécurité des salariés, la sécurité routière les initiatives communautaires et locales entreprises, des études de cas et les objectifs futurs.

Les sections développement durable des sites web analysés offrent toujours de nouvelles informations et des documents disponibles pour le téléchargement en format PDF, comme des rapports des années passés, disponibles dans des langues différentes et des documents liés aux activités de développement durable de l'entreprise (*newsletter RSE*, index GRI). Parfois il y a aussi un contenu multimédia, comme des films courts<sup>xiv</sup>, des images, des power-point et des cartes interactives.

Le rapport de développement durable est toujours disponible pour être téléchargé dans le format PDF, en entier ou par chapitre; il est souvent possible de naviguer dans le rapport en ligne; il a une quantité plus grande d'informations que dans le rapport papier qui est, cependant, d'habitude plus rapide et plus facile à consulter<sup>xv</sup>. Parfois aussi une version sommaire est téléchargeable en format PDF.

Bien que les rapports de développement durable dans le format PDF contiennent d'habitude les informations sur tous les sujets du développement durable abordés dans la section Web, ces informations sont adressées d'une façon plus courte ; des informations plus détaillées sont données sur Internet, où l'utilisateur peut facilement lire ce qu'il veut.

L'analyse comparative des rapports de développement durable 2008 montre que les pratiques communes les plus importantes entreprises par les groupes automobiles concernent des thèmes bien précis. Particulièrement les questions environnementales concernent le changement

climatique, la consommation de l'énergie et l'utilisation de nouveaux types de carburants. Le thème du changement climatique inclut les objectifs de réduction des émissions. Une attention spécifique est accordée au développement de véhicules conformes aux normes européennes ou nationales et ce en réponse aux objectifs du Protocole de Kyoto.

Quelques entreprises utilisent différents outils permettant aux parties prenantes de calculer leur empreinte écologique<sup>xvi</sup>. La biodiversité est un sujet qui est récemment devenu une priorité des entreprises du secteur automobile. Plusieurs groupes présentent leurs partenariats et projets internationaux. La plupart des projets concernant la biodiversité sont destinés à la définition d'une carte des secteurs sensibles dans lesquels l'entreprise fonctionne et à la planification des actions à entreprendre. Cela mène à la création de bases de données et les normes qui peuvent être un support utile de la politique. Les entreprises soulignent aussi l'importance d'impliquer les communautés locales dans ces projets pour clairement affirmer que la biodiversité est un élément fondamental pour leur bien-être. D'autres sujets environnementaux appropriés sont le développement d'énergies renouvelables (des investissements et des projets), le contrôle des émissions des gaz à effet de serre et la réduction de la consommation d'eau, l'adoption d'un système de gestion environnementale et / ou d'une certification, comme l'ISO14001 et EMAS.

En ce qui concerne les nouvelles technologies, les groupes automobiles se concentrent sur des projets spécifiques visant le développement de véhicules moins polluants tels que les voitures à moteur hybride ou électrique et aussi le recyclage des déchets et véhicules usés.

Les sujets les plus communs concernant les communautés locales sont des investissements, le support du développement local. Presque tous les rapports contiennent une allusion aux droits de l'homme, d'habitude une déclaration d'adhésion à la Déclaration Universelle pour les Droits de l'homme. Le grand accent est placé sur des projets quant au sein des communautés locales, avec l'identification de maladies épidémiques et le développement de plans et des mesures pour se battre contre eux.

Les groupes fonctionnant en Afrique se concentrent sur le virus HIV<sup>xvii</sup> et d'autres maladies locales comme la malaria, évaluant les effets directs et indirects de leurs activités, pour identifier des actions et planifier de promouvoir le développement économique des améliorations de santé et le territoire. Parfois on donne l'importance au dialogue avec les communautés locales.

En ce qui concerne la santé et la sécurité, les informations divulguées par les entreprises concernent la mise en œuvre de systèmes et / ou des méthodologies pour l'identification et

l'évaluation des principaux risques; le développement de programmes pour améliorer la sécurité routière; le système de contrôle d'accident, qui examine le nombre d'accidents et les causes qui sont derrière; les systèmes de *reporting* sur les accidents fournissent la fréquence et des indices de gravité et des informations quant aux tendances des données. On donne beaucoup d'importance aux activités de formation pour des salariés et des entrepreneurs, montrant l'utilisation correcte de procédures. Une description détaillée d'activités de formation est toujours présente dans le rapport, avec l'attention spécifique à la formation diversifiée et professionnelle. La diversité et l'inclusion sont inclus dans le thème de politiques d'égalité des chances, qui se réfère non seulement aux questions de genre, mais aussi aux groupes ethniques, l'orientation sexuelle et des handicaps. La plupart des groupes mettent actuellement en œuvre des systèmes pour évaluer les performances du salarié, afin d'améliorer la gestion des ressources humaines et identifier des plans de carrière spécifiques. En ce qui concerne l'attraction de talents et les politiques de conservation, il y a trois éléments communs dans les rapports analysés : révélation de rémunération et régimes de retraite pour les salariés; les collaborations avec des universités ont visé l'identification de salariés potentiels; le contrôle du degré de satisfaction de salariés au moyen d'enquêtes internes et systèmes de gestion des plaintes.

## Discussion

L'analyse comparative montre que le *reporting* Web a permis à l'entreprise automobile de divulguer des informations en ce qui concerne un grand nombre de sujets. Parmi eux les plus innovants sont : Les politiques et les mesures du changement climatique, la consommation de carburant, la conservation et la protection de biodiversité, le support et le développement des communautés locales, l'engagement des parties prenantes, l'attraction et la conservation de talent, la promotion de la diversité et de l'inclusion. L'évolution des thèmes du *reporting* sociétal reflète le changement des intérêts des parties prenantes, qui sont sous l'influence des défis mondiaux.

Ce processus s'est développé selon le principe de matérialité. Des rapports de développement durable en ligne, avec une grande quantité de données et des informations disponibles sur des sites Web de l'entreprise peuvent être l'outil idéal pour répondre aux attentes des parties prenantes. Néanmoins, le *reporting* Web peut présenter aussi bien des avantages que des inconvénients qui sont différents et parfois contradictoires selon des points de vue de gens

différents. En général autour des activités du *reporting* sociétal, il est possible d'identifier trois catégories majeures de gens : l'entreprise émettrice du *reporting*; les tiers experts de vérification qui vérifient et certifient le rapport (comme le DJSI, SAM, etc.); les parties prenantes, ceux auxquels le *reporting* est adressé.

Selon la perspective de l'entreprise, des rapports basés sur le Web ont le grand avantage d'être accessibles par une connexion à Internet n'importe quand et n'importe où. En outre ils ont une haute visibilité qui peut aussi être augmentée par des liens hypertexte vers d'autres pages Web. Cette catégorie de *reporting* rend plus facile de télécharger et, en conséquence, de mettre à jour des données et ajouter de nouvelles informations, comme des entretiens, des événements, etc. Quant à la consommation de ressource, le *reporting* Web réduit l'énergie, la consommation de papier et l'utilisation d'encre, élimine des coûts de livraison et évite le gaspillage résultant de l'excès d'impression des copies papiers. En outre cette catégorie de *reporting* évite les restrictions de taille des rapports papier et rend plus facile pour les entreprises d'adresser le principe de matérialité, par l'inclusion de plus d'informations. Finalement, des rapports basés sur le Web aident les entreprises à avoir un retour d'information des parties prenantes et leur permet d'interagir et répondre à leurs interrogations et attentes.

En ce qui concerne les inconvénients, le *reporting* Web peut coûter beaucoup plus cher pour l'entreprise puisqu'il nécessite plus de temps et qualifications. En outre, bien qu'il permette aux entreprises de gérer les impacts de leurs opérations d'impression en consommant moins de ressources, il est difficile de contrôler l'impact des impressions faites par les lecteurs. Enfin, il convient de noter que certains utilisateurs préfèrent parcourir un rapport papier que chercher une page Web.

Du point de vue des tiers experts de vérification, l'avantage principal du *reporting* Web consiste en ce que des rapports basés sur le Web sont accessibles et disponibles partout et à chaque moment. D'autre part, un des inconvénients les plus importants est que les données du *reporting* Web changent très vite et il peut être difficile de les vérifier et les certifier. En outre, aucun standard généralement reconnue pour le *reporting* Web n'a été encore développé et de ce fait les choix des vérificateurs restent subjectifs. Un autre inconvénient est que le *reporting* Web n'a aucune frontière définie et il est caractérisé par un grand nombre de données et d'information diffuse, qui rendent la vérification et le processus de certification beaucoup plus difficile.

Finalement, la fonction de recherche de rapports basés sur le Web semble être moins efficace. En effet, il peut être plus difficile de trouver les données et les informations recherchées.

Du point de vue des parties prenantes, l'avantage le plus important du *reporting web* est l'accessibilité. Des rapports basés sur le Web sont en fait disponibles par une simple connexion Internet à tout moment et n'importe où. Ils peuvent être facilement trouvés utilisant un moteur de recherche ou d'après des liens hypertexte d'autres sites. Ces rapports offrent toujours un degré d'interactivité, et peuvent être amusants à utiliser, particulièrement en utilisant la technologie vidéo du Web, qui offre l'occasion de regarder des vidéos interactives. Autant que le contenu est concerné, un rapport basé sur le Web peut facilement offrir des versions multilingues, où il est permis à l'utilisateur de choisir la langue désirée; c'est particulièrement important pour les multinationales qui ont des partenaires dispersés dans le monde entier.

Les données communiquées sont aussi plus mises à jour et ainsi appropriées, puisqu'il est possible de télécharger de nouvelles informations sur des sites Web aussitôt que cela devient disponible (Scott et Jackson 2002). Puisqu'un rapport basé sur le Web évite les restrictions de taille de rapports papier, les plus grandes quantités d'informations appropriées sont disponibles, rendant plus facile l'application du principe de matérialité.

Les sites web peuvent offrir aux utilisateurs la capacité de façonner un rapport correspondant à leurs besoins, choisissant l'intérêt du contenu. Il est aussi très facile de faire un retour d'information sur le rapport, d'habitude en remplissant un formulaire en ligne ou envoyant un courrier électronique à l'adresse fournie. Au-delà de ces avantages, le Web comme seul format de communication ne permet pas de répondre aux besoins de toutes les parties prenantes. Certains partenaires, comme des salariés et des résidents communautaires locaux, peuvent ne pas avoir accès à Internet.

Les rapports peuvent être difficilement trouvés sur la page Web de l'entreprise, particulièrement pour des utilisateurs inexpérimentés, qui peuvent aussi trouver la navigation à travers plusieurs pages difficile. La recherche d'un sujet spécifique peut être délicate et consommatrice de temps, puisque le rapport n'a pas, en raison de sa nature virtuelle, des frontières définies. En outre des rapports Web exigent souvent un long temps de téléchargement. En outre, plusieurs utilisateurs n'aiment pas lire de l'écran. Bien sûr, Il est possible d'imprimer un rapport pour une lecture personnelle, mais cela implique nécessairement la disponibilité d'une imprimante et le processus est consommateur de temps et de ressources (Scott et Jackson 2002).

De nos jours plusieurs entreprises font de plus en plus de *reporting* sur le Web en réponse aux demandes des parties prenantes, qui revendiquent une communication et *reporting* sociétal plus "façonnée". Néanmoins, même si des rapports Web sont souvent de bonne qualité et contenu, abandonner le rapport papier peut être une stratégie risquée, à cause des avantages décrits ci-dessus. Les entreprises adoptant cette approche surestiment probablement les capacités du Web pour atteindre une audience ciblée et fournir des informations dans un format utile à chacun. Néanmoins, les entreprises utilisant seulement le rapport papier manquent l'occasion de se servir des avantages considérables fournis par Internet. En général, une stratégie de *reporting* dépendante d'un seul et unique média peut seulement réaliser un succès limité dans la communication avec toutes les parties prenantes. Les entreprises devraient utiliser un portefeuille intégré d'outils de *reporting* pour s'assurer que les utilisateurs potentiels du rapport sont conscients du programme de *reporting* de l'entreprise et peuvent facilement avoir accès à ces informations dans un format utile (Scott et Jackson 2002).

## Conclusions

Le *reporting* sociétal des groupes automobiles reflète l'attention accordée par ce secteur aux nouveaux défis mondiaux qui préoccupent la planète. Les rapports de ces dernières années montrent une tendance à l'évolution selon laquelle il est possible de trouver une liaison entre les priorités des actions environnementales et sociales et les principaux sujets du *reporting* sociétal. Ainsi, les groupes divulguent une masse considérable d'informations détaillées au sujet du changement climatique.

L'analyse comparative du *reporting* sociétal des groupes automobiles en Europe et l'étude de l'évolution du *reporting* permettent de prédire les nouveaux changements et développements. Évidemment, afin de prédire à quoi va ressembler le *reporting* développement durable du futur, il convient de considérer les attentes de toutes les parties prenantes et leurs influences possibles sur l'activité de l'entreprise (Wheeler et Elkington 2001). En effet, pour fournir un *reporting* DD approprié et utile, les entreprises doivent identifier les attentes de leurs parties prenantes et être capables de mobiliser des informations critiques au bon moment et dans un format suffisant pour ces partenaires, et ce afin d'obtenir les avantages de ces informations. Parmi les sujets les plus appropriés qui seront inclus dans des rapports de développement durable dans un proche avenir,

le plus innovateur peut être : changement climatique dans l'ère de post-Kyoto, le développement des nouvelles technologies pour concevoir de nouveaux véhicules et moteurs. La conservation de la biodiversité en termes de protection de services d'écosystème et reconnaissance de l'importance de ces services comme un élément fondamental pour le bien-être de communautés locales; la protection de droits de l'homme et les actions proactives qui vont au-delà de la déclaration de l'adhésion à la Déclaration des Nations Unies; l'importance de la déontologie, de l'éthique des affaires et de la responsabilité sociétale.

Malgré la combinaison des avantages et des inconvénients du Web comme mécanisme de diffusion des informations sociales et environnementales, à moyen terme les rapports papiers seront probablement abandonnés et le rapport sera seulement sur le Web. Les rapports peuvent améliorer leur qualité et contenu en profitant des fonctionnalités du Web. Néanmoins ce choix peut être un problème pour beaucoup de parties prenantes qui veulent l'option d'avoir accès aux informations dans le format papier, ou qui n'ont pas un accès proche à internet (Scott et Jackson 2002).

La tendance future, à long terme, sera probablement un nouveau développement de la communication Web seulement. La dernière étape de ce processus peut être une nouvelle sorte de rapport de développement durable écrit par les parties prenantes de l'entreprise. Un des problèmes les plus appropriés qui peut surgir est qu'il est difficile de certifier et vérifier les informations et les données de cette catégorie de reporting (Scott et Jackson 2002). En fait, une fois que l'entreprise ait rassemblé des données des performances globales pour la révéler dans son rapport, il reste la question de la vérification. Particulièrement les indicateurs clés de performance qui sont critiques pour chaque relation avec une partie prenante et exigeront probablement une vérification formelle et en temps réel.

Les exemples pourraient ici inclure des émissions de gaz à effet de serre, s'ils sont soumis à la taxation ou un système de négociation, la statistique de sécurité des salariés dans des industries à haut risque, la fidélisation des clients dans la vente au détail et des marchés de commerce électronique fortement compétitifs (Wheeler et Elkington 2001). Par le biais du processus de vérification, l'exactitude des données présentées est certifiée. Une variété d'approches a été développée pour fournir l'assurance externe quant à la qualité de rapports et les données qu'ils contiennent. On s'attend à ce que la vérification tierce donne une approbation indépendante à un rapport développement durable et rassurent le lecteur sur la validité des informations.

Néanmoins, aucun standard international et mondialement acceptée n'a encore été développé et de ce fait le processus d'assurance et le choix de vérifier restent variables (Line et al. 2002). En ce qui concerne le Web en tant que seul moyen de communication et reporting, dans l'avenir il peut être nécessaire de développer de nouvelles méthodes et des outils pour fournir la vérification par un tiers indépendant. En outre, il peut être utile de convenir des standards internationaux de vérification pour la communication Web, qui suivront le développement d'un processus de directives de standardisation du *reporting* développement durable.

Une nouvelle étape, à très long terme, peut être la disparition du rapport de développement durable. A la place, les groupes de parties prenantes peuvent avoir une communication régulière ou occasionnelle façonnée disponible en ligne ou dans un format bref qui satisfait leurs besoins et leur permet d'échanger et d'inter-réagir avec une communication plus efficace (Wheeler et Elkington 2001).

Au terme de cette étude, on peut conclure que dans un contexte marqué par la croissance de l'intervention réglementaire et institutionnelle et la quête vers des normes en matière de divulgation, le *reporting* développement durable du secteur européen de l'automobile a connu une réelle évolution. Selon Capron et Quairel (2002), cette évolution s'inscrit dans un contexte où les faits, les idées et les préoccupations des acteurs institutionnels nationaux et internationaux sont autant de facteurs qui conduisent les entreprises à modifier leurs comportements. « La diffusion des rapports sociaux et environnementaux est l'un des éléments clés du processus d'institutionnalisation de la RSE » (Quairel 2004, p.14). Les résultats et la méthodologie de cette recherche peuvent être utilisés pour comparer les évolutions et les tendances du *reporting* DD dans d'autres secteurs d'activités.

## **Bibliographie**

Andreani, JC., Conchon, F. (2001). Les études Qualitatives en marketing. Cahier de Recherche ESCP-EAP, N°01-150.

Bardin (2007). L'analyse de contenu. PUF.

Capron, M., Quairel, F. (2002). Les dynamiques relationnelles entre la firme et ses parties prenantes.

Cahier de Recherche, Université de Paris Dauphine.

Cormier, D., Magnan, M. (2004). The impact of the web on information and communication modes: the case of corporate environmental disclosure. *International Journal Technology Management* 27(4):



- Deegan, C., Rankin, M. (1996). Do Australian Companies report environmental disclosures by firms prosecuted successfully by Environmental Protection Authority. *Accounting, Auditing and accountability Journal*, 9 (2), pp. 50-67.
- Deegan, C. (2002). The legitimising effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation. *Accounting, Auditing and Accountability Journal* 15 (3): 282-311.
- DiMaggio, P.J., Powell, W.W. (1983). The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organisational fields. *American Sociological Review* 48: 47-160.
- Dixon, R., Mousa, G. A., Woodhead, A. (2005). The role of environmental initiatives in encouraging companies to engage in environmental reporting. *European Management Journal* 23 (2): 702-716.
- Gray, R., Owen, D., Maunders, K. (1988). Corporate social reporting: emerging trends in accountability and the social contract. *Accounting, Auditing and Accountability Journal* 1 (1): 251-277.
- Gray, R. (2000). Current Developments and Trends in Social and Environmental Auditing, Reporting and Attestation: A Review and Comment. *International Journal of Accounting* 4: 247-268.
- Gray, R. (2002). The social accounting project and Accounting Organizations and Society Privileging engagement, imaginings, new accountings and pragmatism over critique? *Accounting, Organization and society* 27 (7): 687-708.
- Gray, R. (2006). Social, Environmental and sustainability reporting and organizational value creation? *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 19 (6): 793-819.
- Hooghiemstra, R. (2000). Corporate communication and impression management – New perspectives- Why Companies incorporate Social Reporting? *Journal of Business Ethics* 27 (1/2): 55-68.
- Igalens, J. (2004). Comment évaluer les rapports de développement durable. *Revue française de gestion*, 152, septembre-octobre, Dossier le développement durable.
- Igalens, J. (2009). Norme de responsabilité et responsabilité des normes : le cas d'ISO 26000. *Revue Management et Avenir* 23 (3) : 91-104.
- Jose, A., Lee, S. M. (2007). Environmental Reporting of Global Corporations: A Content Analysis based on Websites Disclosures. *Journal of Business Ethics* 72(4): 307-321.
- Krippendorff, K. (2003). Content analysis: an introduction to its methodology, 2<sup>nd</sup> Edition, Sage Publications, Thousand Oaks, CA.
- Lauriol, J. (2004). Le développement durable à la recherche d'un corps de doctrine. *Revue Française de Gestion*, 152 (5) : 137-150.
- Line, M., Hawley, H., Krut, R. (2002). The Development of global environmental and social reporting. *Corporate Environmental Strategy* 9: 69-78.
- Mikol, A. (2003). La communication environnementale de l'entreprise. *Revue Française de Gestion* 147 : 151-159.
- Patten, D.M. (1991). Exposure, legitimacy and social disclosure. *Journal of Accounting and Public Policy* (10) : 297-308.
- Patten, D.M. (1992). Intra-industry environmental disclosures in response to Alaska oil spill: a note on legitimacy theory. *Accounting Organization and Society* 17 (5): 471-475.

- Persais, E. (2003). Le rapport de développement durable (ou stakeholders' report) : un outil pour une gouvernance sociétale de l'entreprise. Communication à la Journée du Développement Durable et Entreprise, Association Internationale de Management et Stratégie, Angers, France.
- Philippe, D., Durand, R. (2009). Communication environnementale et réputation de l'entreprise. *Revue Française de Gestion* 194 : 45-63.
- Quairel, F. (2004). Responsable mais pas comptable : analyse de la normalisation des rapports environnementaux et sociaux. *Comptabilité – Contrôle – Audit* 10 (1): 7-36.
- Rivière-Giordano, G. (2007). Comment crédibiliser le reporting sociétal ? *Comptabilité – Contrôle – Audit* 13 (2): 127-148.
- Scott, P., Jackson, R. (2002). Environmental, Social and Sustainability Reporting on the Web: Best Practices. *Corporate Environmental Strategy* 9: 193-202.
- Solomon, J. F., Solomon, A. (2006). Private social, ethical and environmental disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 19 (4): 564-591.
- Unerman, J. (2000). Methodological issues – Reflection on quantification in corporate social reporting content analysis. *Accounting, Auditing and Accountability Journal* 13 (5): 667-680.
- Wheeler, D., Elkington, J. (2001). The end of the corporate environmental report? Or the Advent of Cybernetic sustainability reporting and communication. *Business Strategy and the Environment* 10: 1-14.

### Annexe 1

Groupe	Liste des constructeurs	Pays du constructeur	Pays du Groupe
PSA Peugeot Citroën	Citroën	France	France
	Peugeot	France	
Renault-Nissan	Renault	France	France
Volkswagen	Volkswagen	Allemagne	Allemagne
	Seat	Espagne	
	Skoda	République Tchèque	
	Audi	Allemagne	
	Bentley	Royaume-Uni	
Fiat	Fiat	Italie	Italie
	Alpha Romeo	Italie	
	Ferrari	Italie	
	Lancia	Italie	
	Maserati	Italie	
General Motors Europe	Opel	Allemagne	Etats-Unis
	Vauxhall	Royaume-Uni	
	Saab	Suède	
BMW	BMW	Allemagne	Allemagne
	Mini	Royaume-Uni	
Daimler AG	Mercedes-Benz	Allemagne	Allemagne
	Smart	Allemagne	
Scania	Scania	Suède	Suède
Ned Car	Ned Car		
Ford	Volvo	Suède	Suède
Porsche AG	Porsche	Allemagne	Allemagne

## Annexe 2

Groupe	site du Groupe	Site de Développement Durable	Intitulé du rapport DD	Intitulé de la section DD
BMW	<a href="http://www.bmwgroup.com">http://www.bmwgroup.com</a>	non	Sustainable Value Report	Responsibility
Daimler AG	<a href="http://www.daimler.com/">http://www.daimler.com/</a>	non	Sustainability Report	Sustainability
Fiat	<a href="http://www.fiatgroup.com">http://www.fiatgroup.com</a>	non	Sustainability Report	Sustainability
Volvo-Ford	<a href="http://www.volvo.com">http://www.volvo.com</a>	non	Sustainability Report	Responsibility
PSA Peugeot Citroën	<a href="http://www.psa-peugeot-citroen.com">http://www.psa-peugeot-citroen.com</a>	<a href="http://www.sustainability.psa-peugeot-citroen.com/">http://www.sustainability.psa-peugeot-citroen.com/</a>	Corporate Social Report en 2006, Sustainable Development Indicators en 2007	Site Sustainability
General Motors Europe	<a href="http://www.gm.com/">http://www.gm.com/</a>	non	Rapport intégré au rapport annuel	Corporate Responsibility
Ned Car	<a href="http://www.nedcar.nl">http://www.nedcar.nl</a>	non	Environmental Annual Report Social Annual Report	Pas de section indépendante
Porsche AG	<a href="http://www.porsche-se.com/pho/en/">http://www.porsche-se.com/pho/en/</a>	non	Environmental Statement	Pas de section indépendante
Renault-Nissan	<a href="http://www.renault.com">http://www.renault.com</a>	non	Rapport intégré au rapport annuel	ECO <sup>2</sup> Way
Scania	<a href="http://www.scania.com/">http://www.scania.com/</a>	non	Rapport intégré au rapport annuel	Sustainability
Volkswagen	<a href="http://www.volkswagenag.com">http://www.volkswagenag.com</a>	non	Sustainability Report	Sustainability and Responsibility

<sup>i</sup> The KPMG International Survey (2008) :

<http://www.kpmg.com/SiteCollectionDocuments/International-corporate-responsibility-survey-2008.pdf>

<sup>ii</sup> Extrait de l'ISO 26000 (paragraphe 3.3) Selon le document n°476 de l'AFNOR mis en circulation en date du 26 janvier 2009.

<sup>iii</sup> Le GRI est un organisme non gouvernemental à but non lucratif fondé en 1997 par le CERES (Coalition for Environmentally Responsible Economies) et le PNUE (Programme des Nations Unies pour l'Environnement).

<sup>iv</sup> <http://www.globalreporting.org/>

<sup>v</sup> Novethic 2009 :

[http://www.novethic.fr/novethic/responsabilite\\_sociale\\_des\\_entreprises/enjeux\\_sectoriels/1\\_automobile/102148.jsp](http://www.novethic.fr/novethic/responsabilite_sociale_des_entreprises/enjeux_sectoriels/1_automobile/102148.jsp)

<sup>vi</sup> Novethic 2009 :

[http://www.novethic.fr/novethic/responsabilite\\_sociale\\_des\\_entreprises/enjeux\\_sectoriels/1\\_automobile/102148.jsp](http://www.novethic.fr/novethic/responsabilite_sociale_des_entreprises/enjeux_sectoriels/1_automobile/102148.jsp)

<sup>vii</sup> Climate for a transport change, TERM 2007: Indicators tracking transport and environment in the European Union EAA Report N°1 / 2008, ISSN 1725-9177.

<sup>viii</sup> Rapport publié par l'Agence Européenne pour l'Environnement en 2008.

<sup>ix</sup> NovéthiC 2009

<sup>x</sup> En cas d'absence de rapport spécifique développement durable, nous avons procédé à l'analyse des rapports annuels ou documents de référence.

<sup>xi</sup> L'échantillon a été sélectionné à partir du site suivant : <http://www.drire.gouv.fr/national/vehicules/constr-vp.htm>

<sup>xii</sup> Définition du mot PIGGYBACK, Opération qui consiste à renvoyer l'acquittement d'un message avec le message suivant. Dictionnaire informatique : <http://dictionnaire.phpmyvisites.net>

<sup>xiii</sup> Dans notre échantillon seulement Peugeot-PSA consacre une page web spécifique : <http://www.sustainability.psa-peugeot-citroen.com/>

<sup>xiv</sup> Voir par exemple le film sur la voiture électrique de GM sur le site : <http://www.gm.com/corporate/responsibility/>

<sup>xv</sup> Voir par exemple le rapport html de Porsche : <http://www.porsche-se.com/all/transitional/pho/annualreport/0809/catalogue/en/index.htm#/40/>

<sup>xvi</sup> C'est le cas de Renault avec son initiative ECO<sup>2</sup> WAY : <http://www.renault.com/en/capeco2/Pages/cap-eco2.aspx>

<sup>xvii</sup> C'est le cas par exemple de BMW.